Речевой этикет в аспекте межкультурной коммуникации

План

1. Этика как наука о морали
2. Нормы и правила как основа МКК
3. Личностная и корпоративная этика
4. Этикет в аспекте МКК и деловой сфере

1. Этика как наука о морали

Слово «этика» обычно понимается в двух значениях.
1. *Философская дисциплина, изучающая мораль и нравственность: их принципы, развитие, нормы, роль в обществе.*
2. *Совокупность норм поведения, мораль отдельного человека или общественной группы.*

Этика исследует *логику действий человека* в мире, где существуют ценности, и в том числе ценности абсолютные, не зависящие от конкретных обстоятельств, т. е. моральные.
Все этические системы ставят вопрос о том, что есть высшее, или абсолютное, благо, относительно которого можно оценивать все остальные блага, служащие лишь средством для его достижения.

2. Нормы и правила как основа МКК

Нормы общения – это принципы, предписывающие поведение в той или иной культуре, разделяемые членами данной культуры. Нормы включают в себя:

– коллективную оценку того, каким должно быть поведение представителя данной культуры;

– коллективную интерпретацию того, что значит то или иное поведение;

– частные реакции на поведение, в том числе и запреты на нежелательное поведение.

Одним из существенных различий между культурами является степень жесткости общепринятых норм и правил. Считается, что на коммуникативное поведение людей наиболее сильно влияют два основных вида норм – правосудия и взаимности.

Норма правосудия складывается из двух различных значений: справедливость и равенство. Норма справедливости говорит, что если ты что-то получаешь от человека, то должен что-то отдать ему взамен. Норма равенства подразумевает, что все блага должны распределяться поровну между людьми независимо от их личного вклада и индивидуальных потребностей.

Норма взаимности служит развитию межличностных отношений. Она утверждает, что необходимо помогать тем, кто помог вам, нельзя причинить вред тому, кто оказал вам помощь.

Правила – это предписания, говорящие, как должно вести себя в данной ситуации.

М. Аргайл вывела правила общения, действующие в любой ситуации и в любой культуре.

1. Следует уважать частные права другого человека.
2. Нужно смотреть в глаза собеседнику во время разговора.
3. Не следует обсуждать с другими конфиденциальную информацию.
4. Не следует проявлять сексуальную активность в отношении другого человека.
5. Не следует публично критиковать другого человека.
6. Следует возвращать долги, услуги и т.п., как бы ни были они малы.

С. Тинг-Туми предложила теорию о «поддержании лица» в процессе общения.

3. Личностная и корпоративная этика

Основными источниками, из которых человек черпает принятые стандарты отношений (оценок), являются семья, работа, круг неформального общения, в первую очередь со сверстниками, средства массовой информации.

Отношения между людьми, их оценки и способы поведения регулирует этика.
Этика может быть определена как набор правил, по которым один человек «играет» с другими.

Деловая этика – это одновременно часть этики как науки о нравственности и морали и в прикладном плане – система конкретных этических принципов, регулирующих деловые отношения.

4. Этикет в аспекте МКК и деловой сфере

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере.

Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция - формирование правил, способствующих взаимопониманию людей.

Деловой этикет включает в себя две группы правил:
- нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
- наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:
Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
Обсуждение интересующей проблемы;
Решение проблемы.
Завершение контакта (выход из него).

Принципы этики делового общения:

1. Пунктуальность
2. Конфиденциальность
3. Любезность, доброжелательность и приветливость.
4. Внимание к окружающим
5. Внешний облик
6. Грамотность

Одно из условий полноценного общения – вежливое, доброжелательное отношение к партнеру в различных ситуациях речевого общения. Вежливость имеет различные оттенки значений: корректность – подчеркнутая официальность; учтивость – почтительная вежливость; любезность – стремление быть приятным и полезным другому и др.

Деловая беседа включает обмен мнениями и информацией и не предполагает заключения договоров или выработку обязательных для исполнения решений.

Основные элементы подготовки к переговорам: определение предмета (проблем) переговоров, поиск партнеров для их решения, уяснение своих интересов и интересов партнеров, разработка плана и программы переговоров, подбор специалистов в состав делегации, решение организационных вопросов и оформление необходимых материалов - документов, чертежей, таблиц, диаграмм, образцов предлагаемых изделий и т.д.).

Ход переговоров укладывается в следующую схему:

начало беседы - обмен информацией - аргументация и контраргументация - выработка и принятие решений - завершение переговоров.

Правила ведения переговоров

1. Рациональность. Необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.
2. Понимание. Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.
3. Общение. Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.
4. Достоверность. Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.
5. Избегайте менторского тона. Недопустимо поучать партнера. Основной метод- убеждение.
6. Принятие. Постарайтесь принять другую сторону и будьте, открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

Главные требования культуры общения по телефону - краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Принципы этики общения по телефону.

Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка.

Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.

Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.

Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.

Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.

Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.

Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника по какому номеру перезвонить и кого позвать.

Этика и психология деловых бесед и переговоров

Наиболее оптимальными днями для переговоров являются вторник, среда, четверг. Самое благоприятное время дня - через полчаса-час после обеда, когда мысли о еде не отвлекают от решения деловых вопросов.

Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких этических норм и принципов, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность.

Деловой завтрак, обед, ужин.

Деловой завтрак - наиболее удобное время для встреч тех, кто напряженно работает в течение дня. Продолжительность - около 45 минут. Не рекомендуется для деловой встречи мужчины и женщины.

Деловой обед позволяет наладить хорошие отношения с партнерами, лучше познакомиться с клиентами. В полдень человек активнее и раскованней, чем в 7-8 часов утра. Продолжительность делового обеда строго не регламентируется и обычно составляет один-два часа, из которых до получаса занимает светский разговор, как правило, предваряющий деловую беседу.

Деловой ужин носит более официальный характер, чем завтрак или обед, и по степени регламентации приближается к приему. Это определяет тип приглашений (письменные, а не телефонные), особенности одежды (костюм темных тонов). Продолжительность делового ужина два часа и более.

Особенности общения через переводчика.

Общаясь через переводчика, нужно соблюдать следующие правила:
- говорить медленно, четко формулируя мысли, не допускать возможности двусмысленного толкования сказанного;
- произносить следует не более одного-двух предложений подряд, учитывая, что удержать в памяти и перевести большее количество материала полно и правильно переводчик не в состоянии;
- нельзя сопровождать свою речь поговорками, идиоматическими оборотами и, тем более, цитированием стихов;
- необходимо учитывать реакцию партнеров и немедленно принимать меры, если возникает ощущение, что они понимают вас неправильно;
- перед переговорами необходимо выделить достаточное время для работы с переводчиком, чтобы как можно подробнее ознакомить его с кругом затрагиваемых проблем, пояснить используемую терминологию.

Визитные карточки.

Визитные карточки изготовляют типографским способом. Текст печатается на русском языке, на обороте - на иностранном. Указывают название учреждения (фирмы), имя, отчество (в отечественной практике), фамилию, а под ними должность владельца. Обязательно указывают ученую степень (звание), в левом нижнем углу - полный адрес, в правом - номера телефонов и телефакса.

Размер визитных карточек и шрифт, которым печатается текст, строго не регламентируются. На них значительное влияние оказывает местная практика. У нас принят следующий стандарт - 70х90 или 50х90 мм.

Женщины, согласно традиции, указывают на визитных карточках только имя, отчество и фамилию.

Оставляя или посылая визитные карточки, что заменяет личный визит, в левом нижнем углу в зависимости от конкретного случая делаются следующие сокращенные надписи простым карандашом:

- p.r. (pour remercier) - при выражении благодарности;
- p.f. (pour feliciter) - при поздравлении по случаю праздника;
- p.f.c. (pour faire connaissance) - при выражении удовлетворения знакомством;
- p.f.N.a. (pour feliciter Nouvel an) - при поздравлении по случаю Нового года;
- p.p.c. (pour prendre conge) - при прощании, когда прощальный визит не наносился;
- p.c. (pour condoler) - при выражении соболезнования;
- p.p. (pour presenter) - при представлении или рекомендации другого лица по приезду, в порядке заочного знакомства.

Обмен визитными карточками начинается с самых высокопоставленных членов делегации и идет строго по субординации. Согласно этикету, первыми должны вручать свои визитные карточки хозяева.